

- обслуживается первая заявка, в очереди на обслуживание находится вторая заявка;
- обслуживается вторая заявка, в очереди заявок нет;
- обслуживается третья заявка, в очереди находится третья заявка;
- обслуживается третья заявка, в очереди находятся третья и четвертая заявка и т.д.

При моделировании процессов обслуживания заявок в СМО часто используется алгоритм последовательной проводки заявок. Этот метод может быть реализован, если события, происходящие в системе, не зависят друг от друга, и заявки имеют равный приоритет (однородные заявки).

Моделирующий алгоритм последовательной проводки заявок последовательно воспроизводит историю их поступления и обслуживания в системе.

Существует две разновидности метода последовательной проводки:

- проводка одиночных заявок;
- проводка потоков заявок.

Построение математической модели СМО позволяет решить оптимизационную задачу с разумным числом каналов с учетом всех «за» и «против». Поэтому в задачах СМО трудно выделить один показатель эффективности, обычно они ставятся как многокритериальные.

**Е.В. Никулина, В.А. Скутин**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **О ПУТЯХ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Банки являются одним из центральных звеньев рыночной инфраструктуры. Ведущую роль в банковской системе занимает Центральный банк. Он согласует с правительством проводимую денежно-кредитную политику, является монополистом в вопросах эмиссии денег, регулирует деятельность, как коммерческих банков, так и специализированных финансово-кредитных институтов.

В качестве негативных тенденций функционирования современной банковской системы Российской Федерации можно отметить следующие:

- низкий уровень банковского капитала;
- значительный объем невозвращенных кредитов, в результате чего существенная часть банковских активов оказывается обесцененной и иммобилизованной;
- высокая зависимость ряда банков от состояния государственных и местных бюджетов;
- чрезмерная концентрация усилий на развитии тех направлений банковской деятельности, которые приносили немедленный, в основном «спекулятивный» доход, недостаточное внимание к кредитованию реального сектора экономики, пренебрежение к вопросам освоения перспективных банковских технологий;
- значительная зависимость банков от крупных акционеров, являющихся одновременно клиентами банков и участниками их финансово-промышленных групп;
- недостаточная исполнительность надзорных требований;
- несовершенство действующего законодательства, неурегулированность многих юридических аспектов деятельности банков;
- слабое развитие системы страхования вкладов граждан, организации процедур санирования, реструктуризации и банкротства банков.

Банк России ищет новые, соответствующие изменившимся экономическим реалиям, стратегические пути развития денежно-кредитной сферы. Общим результатом этой деятельности являются разработанные в 2001 году Центральным Банком России и реализуемые в настоящее время «Концептуальные вопросы развития банковской системы РФ». Этот проект в значительной мере обобщает итоги развития банковской системы страны и намечает направления ее дальнейшего реформирования с целью повышения конкурентоспособности отечественной банковской системы, соответствующей уровню стран с развитой рыночной экономикой. Анализ документа и сопоставление некоторых содержащихся в нем рекомендаций с

практическими результатами банковской деятельности позволяет наметить следующие пути ее развития:

- усиление роли государства в развитии банковской деятельности в России;
- развитие банковской системы РФ с учетом ее региональных особенностей, выражающееся в неравномерности экономического развития отдельных регионов;
- совершенствование институциональных связей внутри банковской системы, как между ее верхним и нижним уровнями, так и в рамках ее верхнего уровня – системы учреждений ЦБ РФ, направленных на проведение грамотной и эффективной денежно-кредитной политики;
- широкое участие бюджетов всех уровней в формировании капитала ведущих банков в качестве основного акционера, а также привлечения средств кредитных организаций путем размещения бюджетных денег на их счетах и депозитов.

Эти меры должны, по нашему мнению, способствовать решению основных проблем, существующих в настоящее время в банковской сфере России.

**О.С. Полушина**

*Уральский государственный технический университет им. Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург*

### **«ОБОЛОЧЕЧНАЯ» КОМПАНИЯ – ПЕРСПЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА**

Продавать товар под собственным брэндом, но при этом не владеть производственными мощностями – такова стратегия пустотелых, или «оболочечных» фирм (от англ. hollow corporation). Несмотря на определенные сложности в организации подобной компании, такая схема считается перспективной моделью ведения бизнеса.

Мировой бизнес уверенно идет к сетевой экономике, когда важно не то, что компания делает сама, а то, как она умеет устанавливать взаимовыгодные связи с партнерами, которые являются специалистами в своей сфере. «Оболочечная» компания, не имея собственных средств производства, размещает заказы на изготовление продукции под своей торговой маркой на чужих производственных мощностях. Объединив лучших производителей в цепочку или альянс, компания получает новый системный продукт, но при этом не вкладывает деньги в производство. Полученный товар такие компании обычно сбывают через свои сети дистрибуции.

В прошлом веке внутренние транзакции обходились дешевле, чем внешние, поэтому компании стремились создавать вертикально интегрированные структуры и за счет масштаба снижали издержки. Но в последнее время, особенно в связи с развитием информационных технологий, аутсорсинг стал более выгодным. На рынке появились фирмы-специалисты, услуги которых стоят меньше, чем поддержка аналогичных процессов внутри компании. Этим и пользуются «оболочечные» фирмы.

Основным капиталом «оболочечной» фирмы является раскрученный бренд и знание потребностей рынка, т. е. нематериальные активы. Идея такой компании проста – заниматься маркетингом и владеть брэндом, не отягощая себя производством. А заказывать товар можно по контракту у внешних подрядчиков. При этом, выбирая производителей, оболочечная фирма имеет возможность найти самого лучшего, а также воспользоваться не только его производственными мощностями, но и знаниями, интеллектом его работников.

В условиях быстро меняющегося и жесткого конкурентного рынка именно «оболочечная» стратегия дает возможность выпускать и реализовывать новые продукты, не тратясь на строительство или аренду цехов и магазинов, а также приобретение производственного и торгового оборудования. Ресурсы компаний не безграничны, и сегодня выгоднее тратить их не на модернизацию заводов и покупку оборудования, которое со временем устаревает, а на управление брэндом. И тогда его стоимость будет только увеличиваться: политика Nike, Adidas, Philips и многих других корпораций – наглядный тому пример.

Многие организации сознательно выбирают «оболочечную» модель в период запуска бизнеса, когда денежных средств не хватает и делать серьезные вложения в производство довольно рискованно.